



HAMBURG LIEST DAS ABENDBLATT!

OOH (Out-of-Home), Radio und Kino im regionalen Media-Mix

STUDIENERGEBNISSE



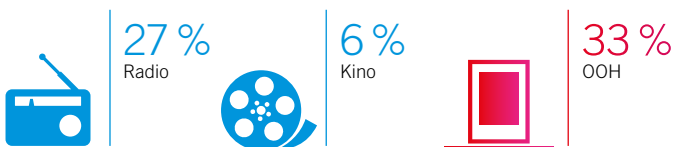
BEKANNTHEIT

Nach der OOH-Kampagne kennen **98 %** der Hamburger das Hamburger Abendblatt.

STÄRKUNG REGIONAL

Für **87 %** der Hamburger vermittelt das OOH-Motiv, dass das Hamburger Abendblatt ein Teil Hamburgs ist.

RECOGNITION



LEARNINGS FÜR OOH

1 WOCHE OOH...

- > setzt regionale Print Artikel reich-
weitenstark in Szene.
- > macht regionale Marken sichtbar und
bekannt.
- > als ideale Ergänzung zum regionalen
Medium Radio.

STUDIENDESIGN

REGIO CASE // HAMBURGER ABENDBLATT

- > **Ziel**
Erhebung von Kampagnenwahrnehmung & Image des Hamburger Abendblattes als „Teil der Stadt Hamburg“
- > **Methode**
Online-Erhebung in Hamburg nach Aushang
- > **Zielgruppe**
In der Kampagnenwoche in Hamburg unterwegs, wohnhaft in HH oder wohnhaft in Niedersachsen oder Schleswig-Holstein. Alter 18-65 Jahre.
- > **Medieneinsatz**
3 Motive City Light Poster und City Light Boards
Kino, Radio, Print, Online
- > **Fallzahl**
N=627, Wohnhaft in Hamburg n=462,
Wohnhaft in Niedersachsen/Schleswig-Holstein n=165
- > **Feldzeit**
28.06.2016 – 04.07.2016
- > **Aushangdauer**
1 Woche
- > **Institut**
Trend Research, Hamburg



FRAGESTELLUNGEN

REGIO CASE // HAMBURGER ABENDBLATT

- > **Bekanntheit**
„Hier sehen Sie eine Liste mit Tageszeitungen. Welche von den gezeigten Tageszeitungen kennen Sie zumindest dem Namen nach?“
- > **Recognition OOH**
„Nun haben Sie die Kampagne vom Hamburger Abendblatt kennengelernt. Inwieweit treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen auf diese gesamte Kampagne vom Hamburger Abendblatt zu?“
(Daten beziehen sich auf TOP Two Werte „trifft voll und ganz zu + trifft eher zu“)
- > **Recognition im Media-Mix**
„Hier sehen Sie mehrere Plakate, mit denen in den letzten 14 Tagen in Hamburg für das Hamburger Abendblatt geworben wurde. Haben Sie eines oder mehrere dieser Plakate gesehen?“
„Hier hören Sie einen Radiospot vom Hamburger Abendblatt. Haben Sie den in der letzten Zeit gehört?“
„Hier sehen Sie einen Kinospot. Haben Sie diesen in der letzten Zeit gesehen?“